

El aceite de orujo de oliva fija su objetivo en ganar cuota de mercado frente a los aceites vegetales

Noticias

En el marco de Expoliva 2015, se firmará el acta fundacional de la nueva Interprofesional sectorial del aceite de orujo

"Estamos convencidos de que, cuando se conozca nuestro producto, serán muchos los establecimientos de restauración que se decantarán por el aceite de orujo de oliva, en sustitución de otros vegetales procedentes de semillas".

Así de contundente se muestra la **Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo (ANEQ)**, patronal que preside José Luis Maestro, quien acaba de anunciar que en sólo en unos días, y en el marco de Expoliva 2015, se firmará el acta fundacional de la nueva Interprofesional sectorial, de la que también formarán parte Infaoliva, Cooperativas Agro-alimentarias, Anierac y Asoliva. Una vez que esta nueva entidad sea reconocida por la Administración, podrán emprender campañas de promoción del consumo con la vista puesta en el canal Horeca y en los miles de restaurantes que, en todo el país, cocinan con otras grasas.

Eso sí, dejan bien claro que no quieren hacer la guerra al sector "hermano", el del aceite de oliva, que cuenta igualmente con una Interprofesional propia -que lleva años realizando ambiciosas campañas de divulgación dentro y fuera de España- y de la que también forman parte cooperativas y los industriales envasadores.

La "batalla del orujo" se centrará, por tanto, en ganar cuotas de mercado frente a los aceites vegetales procedentes del refinado de semillas con los que se fríen gran parte de los alimentos que comemos en bares y restaurantes. Es decir, pugnarán frente al aceite de girasol, de soja, de palma u otros, cuyas cualidades nutricionales, en su opinión, "son muy inferiores a las del aceite de orujo de oliva o del aceite de oliva", gracias a los ácidos grasos "monoinsaturados" de los que estos últimos hacen gala.

El aceite de orujo de oliva quiere ganar adeptos en restaurantes y hoteles en un momento en el que están consiguiendo salir del túnel o "travesía del desierto" que sufrieron durante años, hasta el punto de desaparecer prácticamente de muchos de los lineales españoles.

Su situación es ahora más positiva; en los seis primeros meses de campaña 2014/15, se han vendido 7 millones de litros de aceite de orujo de oliva (+8,3 %), mientras que las exportaciones hasta febrero -y con cinco meses contabilizados- llegaron hasta las 39.606 toneladas, un 30 % más respecto al ejercicio 2013-14.

Casi la mitad de las ventas exteriores se dirigen hacia la Unión Europea (UE) -Italia, Portugal o Reino Unido, por ejemplo-, aunque también cuentan con consumidores en EEUU, Emiratos Árabes o La India. No obstante, el factor "precio" es una de las grandes debilidades para este sector orujero, más aún en un momento como el actual.

Lo que cuesta un litro de aceite de orujo de oliva siempre está "referenciado" o vinculado a lo que vale el de oliva, por lo que, si este último sube, también lo hará el primero.

De hecho, desde ANEQ recuerdan el "buen nivel de precios" para el aceite de orujo de oliva actualmente, que está por encima de la campaña pasada, pero por debajo de los valores de la de 2012/13. "Desde nuestro punto de vista, es buena una subida de precios, pero siempre de forma moderada, ya que si es muy alta en el orujo, arrastrado por el oliva, se perderá cuota de mercado respecto a los aceites vegetales de semilla, que son nuestro principal competidor", reconocen.

Son conscientes de que las últimas subidas de precios del aceite de oliva en el supermercado favorecen a los "semillas". Según los últimos datos de Anierac, los envasadores vendieron en el

primer trimestre del año 168,69 millones de litros de todos los aceites comestibles, un 3,81 % menos, y de esta cifra, 84,54 millones de litros fueron aceites de oliva (-9,18 %).

Mientras, los "semillas" sumaron 80,70 millones de litros, un 1,99 % más, sobre todo girasol (62,24 millones de litros, +1,55%). También aumentaron las salidas de aceites de "mezcla de semillas" (3,77 %), "soja" (5,38 %) y "maíz" (8,82 %) hasta marzo.

En lo que respecta a la evolución del mercado de los distintos aceites en los últimos días, los vírgenes extra se pagan en origen a 3,48 euros/kg, los vírgenes a 3,11; los lampantes a 2,91 y los olivas de inferior calidad lo hacen a 2,45 euros por kilo.

El aceite de orujo crudo se acerca a 125 euros/100 kg y el de girasol refinado se paga en origen a 85 euros/100 kilos.

Redacción